

ABSTRAK

PENGARUH KREDIBILITAS KOMUNIKATOR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MENANTEA (Studi Kasus pada Jerome Polin Sebagai *Brand Ambassador* Menantea)

Oleh

Nurul Chasanah

Komunikasi memainkan peran penting pada banyak aspek, seperti dalam bidang pemasaran. Terdapat banyak cara dalam mengkomunikasikan produk untuk mempengaruhi audiens pada tahapan tertentu. Salah satunya adalah dengan menghadirkan komunikator yang kredibel, seperti penggunaan *brand ambassador*. *Brand ambassador* biasa datang dari kalangan *influencer* karena dinilai memiliki jangkauan luas, keterlibatan tinggi, dan kredibilitas yang dapat menumbuhkan kepercayaan pada audiensnya. Kredibilitas komunikator dapat memberi pengaruh terhadap perubahan perilaku konsumen, seperti keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kredibilitas komunikator – *brand ambassador* Jerome Polin, terhadap keputusan pembelian Menantea. Teori yang digunakan adalah teori *reasoned action*. Tipe penelitian dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Jumlah sampel 100 responden yang ditentukan dengan Rumus *Slovin*. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Hasil dari penelitian ini yaitu kredibilitas komunikator – *brand ambassador* Jerome Polin berpengaruh sedang terhadap keputusan pembelian Menantea yakni sebesar 35% sedangkan sisanya 65% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Dimensi kredibilitas komunikator terbesar berada pada daya tarik dengan persentase 80,4%. Meski memiliki pengaruh sedang, kredibilitas komunikator – *brand ambassador* Jerome Polin memberikan dampak pada sikap individu dan norma subjektif, yang kemudian memunculkan niat positif dan berujung pada perilaku keputusan pembelian.

Kata kunci: Kredibilitas Komunikator, Keputusan Pembelian, *Brand Ambassador* Jerome Polin, Produk Menantea

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF COMMUNICATOR CREDIBILITY ON MENANTEA PURCHASING DECISIONS

(A Case Study on Jerome Polin as the Brand Ambassador of Menantea)

By

Nurul Chasanah

Communication plays a crucial role in various aspects, such as in the field of marketing. There are numerous ways to communicate products to influence audiences at specific stages. One of them is by presenting a credible communicator, such as the use of a brand ambassador. Brand ambassadors often come from the influencer circle, perceived to have broad reach, high engagement, and credibility that can foster trust among their audience. The credibility of a communicator can influence changes in the communicant's behavior, such as purchasing decisions. This study aims to determine the extent of the influence of the communicator's credibility – Jerome Polin, the brand ambassador – on the purchasing decisions of Menantea. The theory used in this study is the reasoned action theory. The research type employed is descriptive research using a quantitative approach. The sample consists of 100 respondents determined using the Slovin Formula. The data collection technique utilized is a questionnaire. The results of this study indicate that the credibility of the communicator – brand ambassador Jerome Polin – has a moderate impact on the purchasing decisions of Menantea, for 35%, while the remaining 65% is influenced by other factors not investigated in this study. The most significant dimension of communicator credibility lies in attractiveness, with a percentage of 80.4%. Despite having a moderate impact, the credibility of the communicator – brand ambassador Jerome Polin – influences individual attitudes and subjective norms, subsequently generating positive intentions and leading to purchasing decision behaviors.

Keywords: *Communicator Credibility, Purchasing Decision, Brand Ambassador Jerome Polin, Menantea Product*